



tangerine

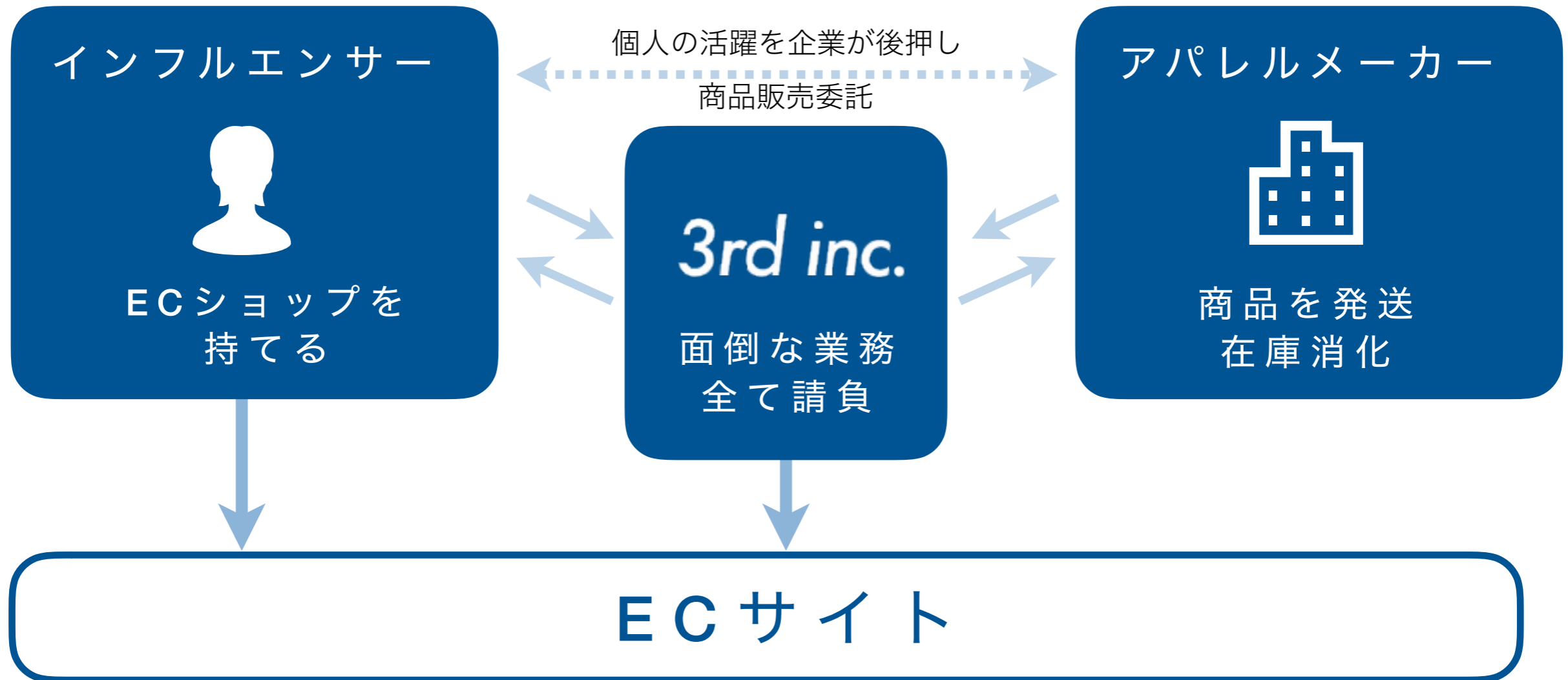
Brand Launch Package for Individuals

3rd inc.

tangerine サービス概要

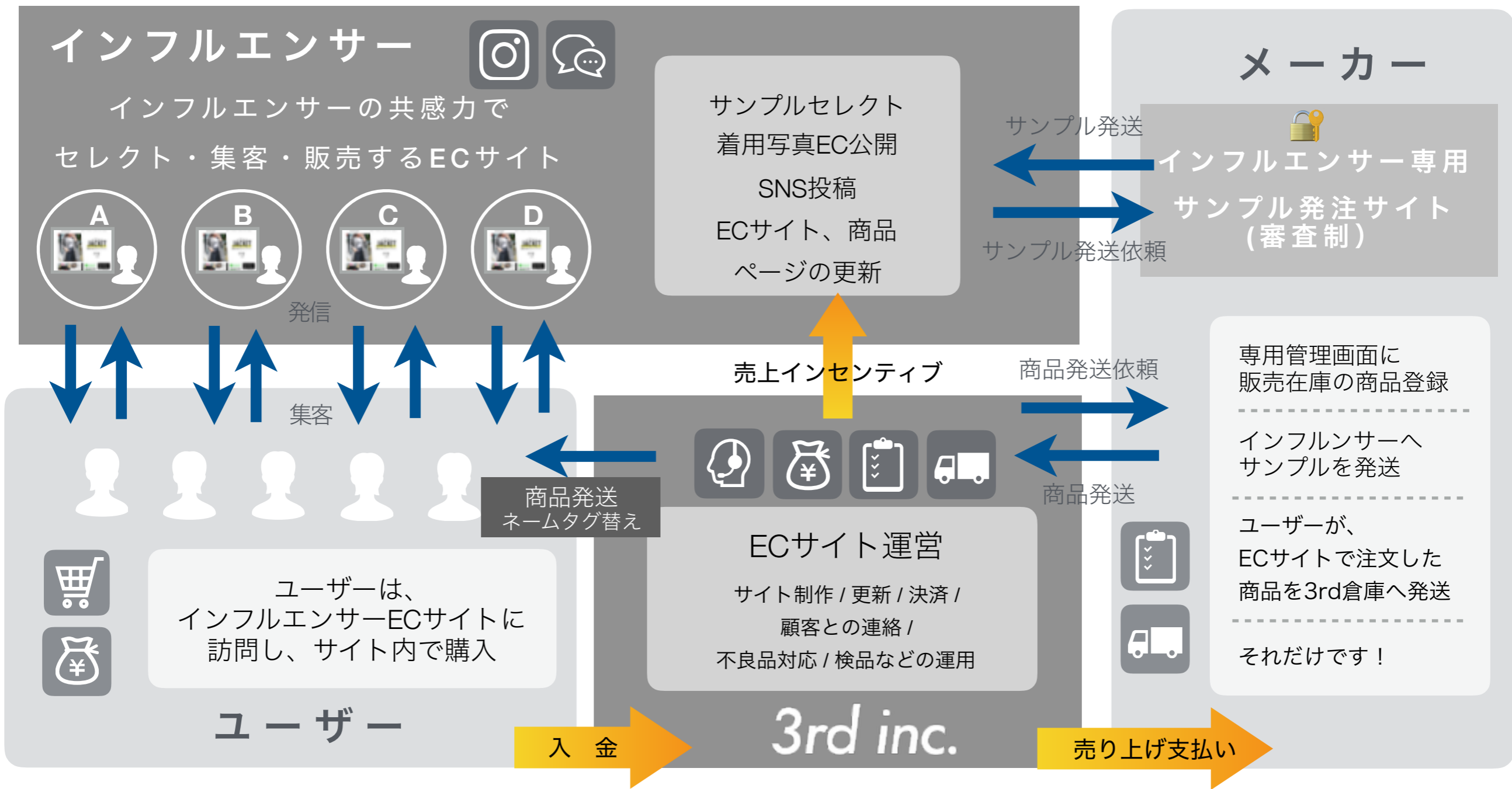
- #1 インフルエンサーとアパレルメーカーのマッチングプラットフォーム
- #2 インフルエンサーEC のフロー
- #3 インフルエンサーのメリット
- #4 アパレルメーカーのメリット
- #5 今後の展開計画
- #6 インスタグラマーイメージ
- #7 ロードマップ
- #8 インフルエンサーマーケティングについて
- #9 インフルエンサーEC の3rd事例
- #10 インフルエンサー×ファッションEC の世界的な潮流

個人(インフルエンサー)とアパレルメーカーの マッチングプラットフォーム



インフルエンサーがセレクト ECショップを持つことができ、
アパレルメーカーは 商品を発送するだけで商品価値を棄損することなく在庫消化。
煩雑な運營業務、決済、発送、サポートセンター等は全て3rdが運用。

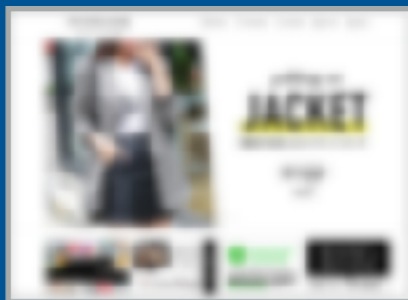
サンプル提供から販売までのフロー



3rdのEC運用経験・物流センターを使い、運用は全て3rdが代行

インフルエンサー自身のセレクトショップ

従来のインフルエンサーマーケティングでは機能し難くなってきた



インスタで、広告費をもらって#PR投稿することで、信用の切り売り、フォロワー離れを懸念している。

#PR投稿をしないインスタグラマー、投稿回数を制限しているインスタグラマーが増えてきた。

インフルエンサーにとって単なる広告塔ではなく、自身のコミュニティに向けた純度の高い活動ができる。

1. 独自のセンスでピックアップした商品を紹介
2. 一般公開されていない仕入れ商品を扱える
3. サンプルを試着して、ECサイトに掲載する

企業は、個人の活躍を後押し
煩雑な運用業務 (決済、発送、サポートセンター) は3rdが担当



モールECと手間が変わらず、在庫消化
インスタグラマーが選んだ商品として、
付加価値をつけて再販。

1. 新たな販路の拡大

2. ブランド価値を落とさず再販

1. サンプルをインフルエンサーへ発送
2. 商品を3rd倉庫へ発送
3. 在庫を登録する

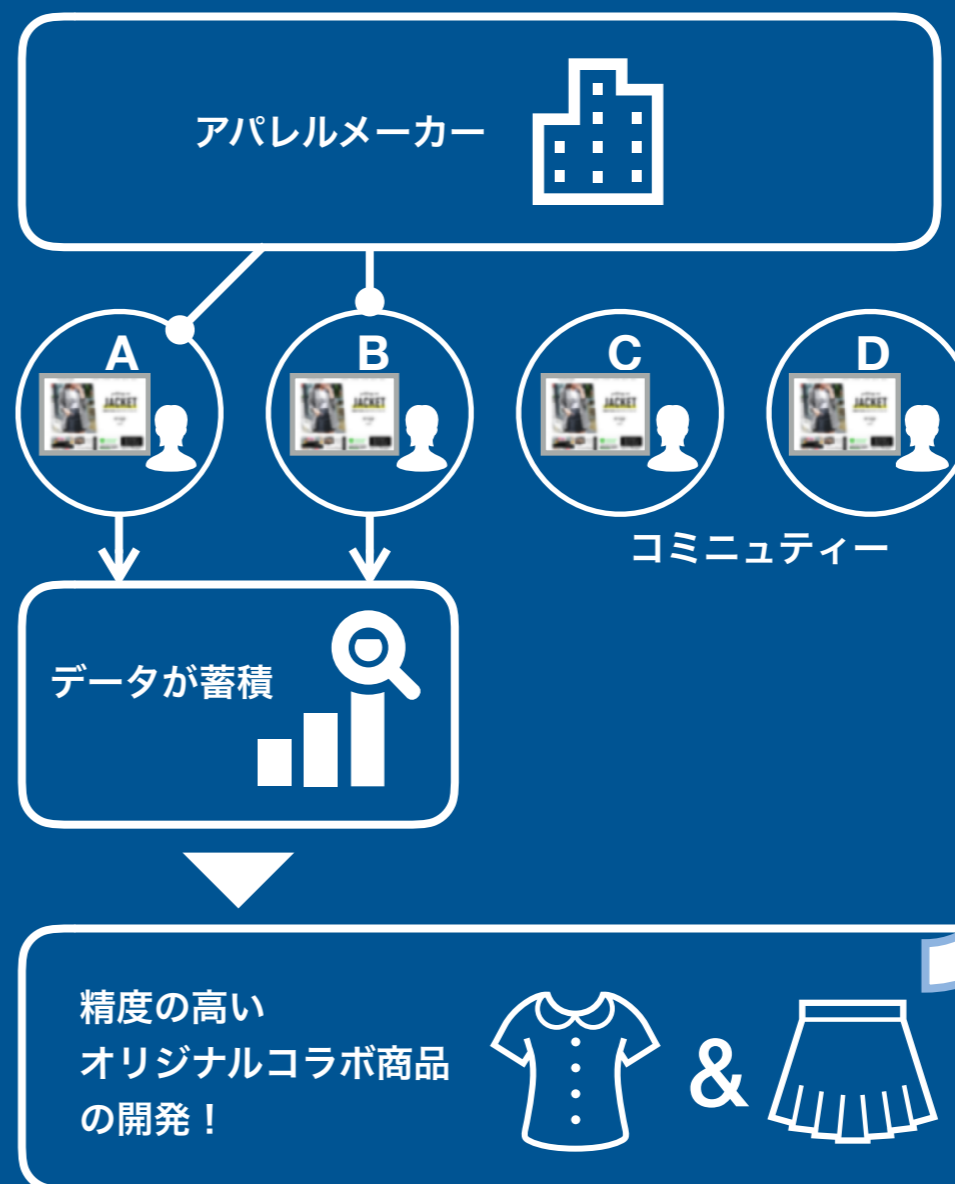
面倒な運用業務（決済、発送、サポートセンター）は3rdが担当

今後の展開計画

これからはマイクロインフルエンサーが中心となった小さなコミュニティが乱立する。そこに企業としてどう関わるかの成功例になる。

データが蓄積され、インフルエンサーとの関係性も構築され、オフラインイベントや精度の高いオリジナルコラボ商品の開発

Aというブランドの服、
Bというブランドの服の組み合わせ
相乗効果



商品のピックアップと撮影だけがインフルエンサー
サイト作りや決済、顧客との連絡、不良品対応、検品などの運用は3rdが実施。
一般のお客さんへの販売者の見え方はインフルエンサーが表にでます。

インフルエンサーイメージ



厳格な審査（フォロワー数、エンゲージメント率、フォロワー層など）の基準を通過したインフルエンサーがECショップを持てる

2018.04

05 06 07 08 09 10 11 12 . . .

2サイト同時



毎月1サイトずつOPEN

初年度の目標流通総額:9億円

1サイトの目標月商:1,000万円

手数料にはインフルエンサーギャラ/販管費/物流費全てが含まれます。
インフルエンサーへのサンプル提供費、弊社倉庫への送料はご負担ください。

SNSの発達と共に 個人の影響力が増している

個人(インフルエンサー)



- ・ 価値観が近い
- ・ 共感性が高い
- ・ 口コミの可視化



近しい人が体験した商品やサービスは、
広告感や押し付け感がない。



従来の広告と違いユーザーが
能動的にチェックしている

影響力/ビジョン



× ブランド・メーカー

がある個人

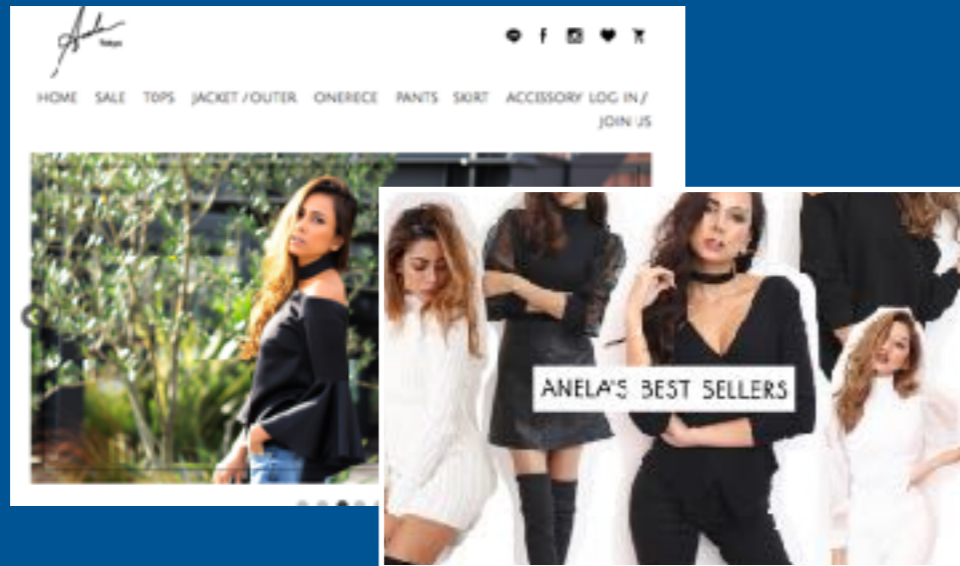


掛け合わせによる相乗効果で
大きな効果を発揮している事例が急増加中

Anela Tokyo

MALIA

フォロワー 96,383人

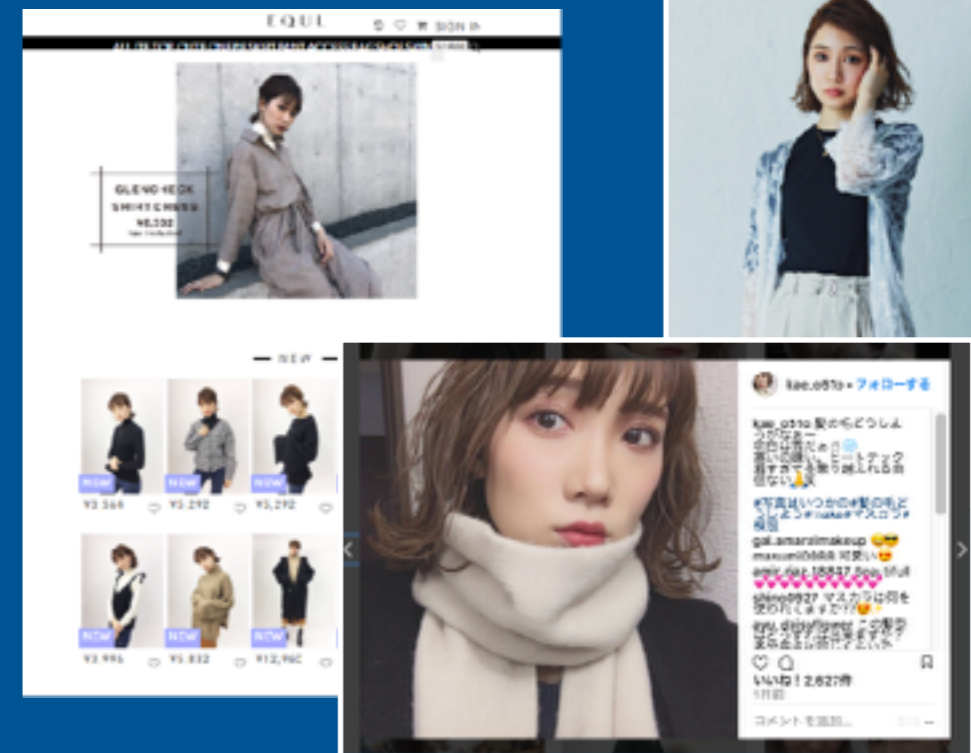


モデルMALIA自身が手掛ける、
ファッションECサイト。
3rdでは2016年6~12月までリニューアル支援。
オープンから毎月平均33%の成長率。
(2016年6~12月 GoogleAnalytics計測)

EQUL

金澤楓

フォロワー 58,927人

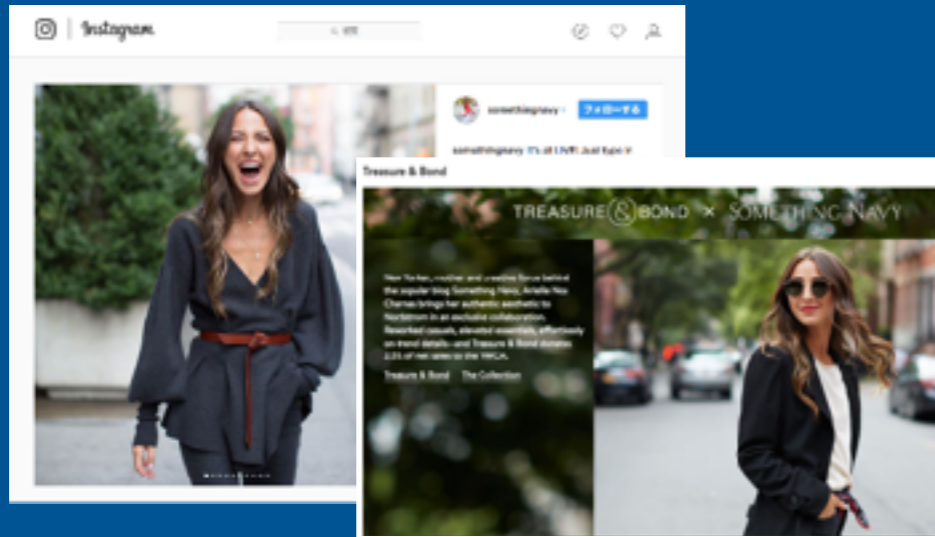


株式会社バーニッシュカンパニーが、
金澤楓をクリエイティブディレクターとして
迎えて立ち上げ。
オープンから毎月平均43%の成長率。
(2017年7~11月 GoogleAnalytics計測)

ファッションECを中心に10サイト以上の立ち上げ支援実績

NORDSTROM

アリエル・チャーナス (Arielle Charnas)
フォロワー 100万人以上

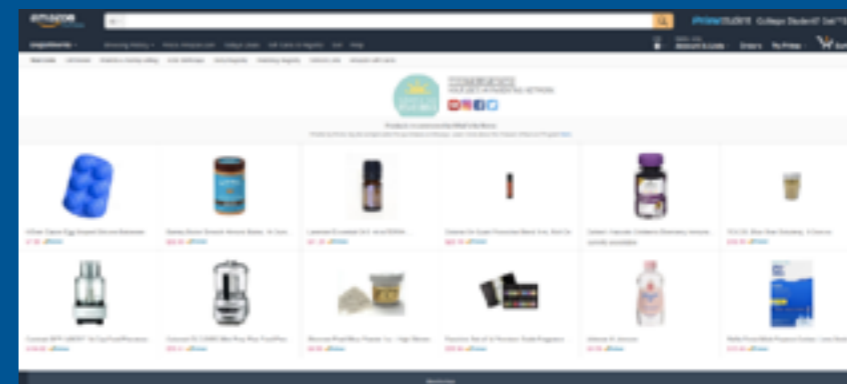


自身が手掛けるファッションブログ
「サムシングネイビー (SOMETHING
NAVY)」とノードストロム
(NORDSTROM) の自社ブランド「トレ
ジャー&ボンド (TREASURE & BOND)」
とのコラボコレクション
ノードストロムのECサイトでライブ配信で
販売。24時間で売り上げは100万ドル
(約1億1200万円) を突破した。

Amazon

インフルエンサーに対し
新しいプログラムの
試験運用を開始

自社で選出したインフルエンサーに
個別のバニティURLを提供。
その中で商品を宣伝し、販売に繋がった
インフルエンサーに対し、
報酬を支払うというものです。



[会社概要]

社名：3rd株式会社

代表取締役：川村匡慶

設立：2016年2月29日

所在地：〒107-0061 東京都港区北青山3-5-6 3F

資本金：1000万円

[事業内容]

EC運用/webコンサルティング

デジタルマーケティングプランニング

SNS運用/コンサルティング

デジタルコンテンツ(映像/写真)制作

PR業務

物流コンサルティング

